



BANDO REGIONALE PIANI FORMATIVI DI AREA

Scheda descrittiva percorso formativo

Sezione 1 - Scheda Introduttiva

Parte 1.1 Identificativo del corso (Dati Libra)

Denominazione del corso

Denominazione: ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE

Codice progr. def. 7/8

Certificazione: VALIDAZIONE DELLE COMPETENZE

Altri dati del corso

Obiettivo Tematico / Azione Regionale: 3.10IV.12.02.02

Area: SERVIZI COMMERCIALI

SottoArea: AREA COMUNE (INCLUSIVA DEI SERVIZI ALLE IMPRESE)

Durata complessiva: 24

Annualità: ANNUALE

Identificazione univoca della Sede Legale

Ente: B259 - CERSEO - CENTRO EUROPEO DI RICERCA E SVILUPPO PER L'EST E PER

Centro: B259/71 - CERSEO - CENTRO EUROPEO DI RICERCA E SVILUPPO PER L'EST E PER L'OVEST

Indirizzo: VIA VALLOTTI N. 22

Cap.:

Comune: VERCELLI

Telefono: 0161219513

Fax: 0161219513

Percorso di riferimento

Nome: ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE

Nome/i Profilo/i - -Indirizzo:

- | | | |
|---|----------|------|
| ● ORIENTAMENTO -
Obiettivi | STANDARD | 2011 |
| ● Tecnico specializzato in marketing -
Profili professionali | STANDARD | 2013 |

Parte 1.2 Destinatari**Posizione sul Mercato del Lavoro:**

21 DIPENDENTI DI IMPRESA CON RUOLO TECN.-ORGANIZZ.

Livello di scolarità:

QUALIFICATI

Altri titoli di studio ammessi o richiesti:

Qualifica, sono ammessi allievi privi della qualifica, in un'ottica di inclusione, qualora possano dimostrare le evidenze dell'esperienza professionale e lavorativa inerente ai temi del percorso formativo.

Prerequisiti del percorso:

PRG Qualifica

Attività preliminari**Descrizione sintetica prova d'ingresso o di orientamento:**

PRG Per gli allievi privi di qualifica, test in tema delle competenze attese necessarie alla frequenza del corso (10 domande a risposta chiusa).

Altri dati**Deroga ore:**

Si deroga alla somministrazione della PCV standard relativa al profilo ed alla relativa durata, dato l'utilizzo parziale del Profilo Professionalizzante in obiettivo al Percorso.

Deroga requisiti:

Sezione 2 - Profilo di riferimento**Parte 2.1 Identificazione univoca del Profilo di riferimento**

Nome: Tecnico specializzato in marketing

Indirizzo:

Tipo: Profili professionali

Edizione: 2013

Descrizione: Il Tecnico specializzato in marketing, in appoggio ai responsabili settoriali dell'azienda, gestisce la ricerca di nuovi mercati e il potenziamento di quelli già avviati, con l'obiettivo di mantenere la corrispondenza tra il prodotto dell'azienda e il gradimento dei fruitori sul mercato. Applicando metodologie e strumenti di indagine di mercato, contribuisce alla definizione e all'applicazione del Piano di marketing dell'impresa. Opera in imprese di medie e grandi dimensioni, sia di produzione, sia di servizi, nel rispetto della normativa in vigore sul commercio e per la tutela dei consumatori. Sviluppi successivi del profilo potranno realizzarsi, acquisendo autonomia sempre crescente, nella pianificazione e nel controllo delle diverse fasi di attività, consentendogli di raggiungere livelli di maggiore responsabilità.

Parte 2.2 Descrizione analitica

Competenza: Individuare e applicare strategie di marketing

Descrizione:

Abilità:

- Interpretare gli esiti dell'analisi di mercato
- Determinare il target dell'azione di marketing
- Individuare le politiche di marketing mix
- Predisporre piani di marketing operativo
- Interfacciarsi con le funzioni aziendali coinvolte

Conoscenza essenziale:

- Tecniche di marketing
- Elementi di budget
- Tecniche di pianificazione operativa
- Tecniche di comunicazione

Focus:

Parte 2.3 Matrice Attività/Competenze



Elenco competenze:

Elenco Processi di Lavoro:

Sezione 3 - Percorso Formativo

Parte 3.1 Descrizione

Percorso formativo di riferimento

Nome: ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE

Descrizione del Corso di Formazione:

Il percorso ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE e' volto a fornire agli allievi i fondamenti del marketing basato sull'approccio ecosostenibile, orientato al posizionamento sui mercati internazionali. Si evidenzieranno in particolare le potenzialita' in tema di comunicazione dei marchi ambientali.

Il percorso intende fornire elementi utili per la costruzione di un'ottica gestionale orientata alla Green economy.

Totale ore U.F.: 22

Durata prova finale: 2

Durata complessiva: 24

Ore non professionalizzanti: 0

Percorso nuovo: Si

Percorso invariato: No

**Percorso variato solo perchè riscritto
in funzione dell'evoluzione dei profili:** No

Percorso variato nei seguenti punti:

Collegamento ad altri percorsi:

Annotazioni:

Parte 3.2 Struttura del percorso

Struttura sintetica

Denominazione	Ore
Accoglienza	1
ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE	21
	Stage:
	Prova finale: 2
	Totale: 24

Strumenti

Nome: AULA DOCENZA FRONTALE PFA REGIONALE 2017

Descrizione: Aula per docenza frontale con n? 14 postazioni e attrezzatura standard: lavagna fogli mobili, lavagna a pennarelli, videoproiettore, registratore.
Rapporto allievo strumento 1:1

Nome: KIT ACCOGLIENZA PFA REGIONALE 2017

Descrizione: n.1 Kit per allievo formato da:
- Carta dell'organizzazione e dei servizi di sede
- Regolamento di sede
- Schede di presentazione del percorso formativo
- Contratto formativo
- Norme di sicurezza
Rapporto allievo strumento 1:1

Nome: KIT DIDATTICO PFA REGIONALE 2017

Descrizione: n.1 Kit per allievo formato da:
- block notes
- penna
- dispense ed esercitazioni (raccolta di materiale didattico a cura del docente)
-eventuali specifici testi didattici
Rapporto allievo strumento 1:1

Nome: KIT PARI OPPORTUNITA' PFA REGIONALE 2017

Descrizione: n.1 Kit per allievo formato da una raccolta di materiale didattico relativo a:
 -Principi fondamentali delle Pari Opportunita'
 -Il rispetto delle Pari Opportunita' nell'ambiente didattico
 -Il rispetto delle Pari Opportunita' nell'ambiente di lavoro
 -Prospettive di genere applicate alla salute e sicurezza del lavoro
 -Parita' di genere, Strumenti di conciliazione, Condivisione delle responsabilita'
 -Valorizzazione ed armonizzazione delle differenze: eta', orientamento sessuale ed identita' di genere, religione, razza ed etnia, disabilita'
 -Identita', stereotipi e adeguamento del linguaggio
 -Elementi normativi e Istituzioni di parita'.
 Rapporto allievo strumento 1:1

Nome: KIT SVILUPPO SOSTENIBILE PFA REGIONALE 2017

Descrizione: n.1 Kit per allievo formato da una raccolta di materiale didattico relativo a:
 -Sostenibilita' ed ecogestione: introduzione alla complessita' delle tematiche ambientali
 -Ambiente e Salute: l'inquinamento atmosferico, ambientale, indoor, acustico, luminoso
 -Sostenibilita' ambientale ed energie rinnovabili
 -Elementi di ecologia quotidiana e buone pratiche nell'ambiente didattico
 -Elementi di ecologia quotidiana e buone pratiche nell'ambiente di lavoro
 -Gestione sostenibile dei rifiuti e loro smaltimento
 -I Pilastri dello Sviluppo Sostenibile per le aziende socialmente responsabili.

Modalità

Nome: DOCENZA FRONTALE PFA REGIONALE 2017

Descrizione: Docenza frontale da parte di insegnanti esperti della materia, tendente al coinvolgimento ed alla contestualizzazione dei temi trattati.

Nome: ESERCITAZIONI PRATICHE PFA REGIONALE 2017

Descrizione: Le esercitazioni si articolano in una serie di attivita' in itinere tese al rafforzamento di un apprendimento conoscitivo e operativo; questa e' una modalita' che consente agli allievi di mettere in pratica quanto appreso durante la lezione teorica, con la supervisione e la guida del docente, che puo' monitorare costantemente l'apprendimento della classe.

Nome: INTEGRAZIONE PARI OPPORTUNITA' PFA REGIONALE 2017

Descrizione: Verranno trattate le tematiche relative ai principi fondamentali delle Pari Opportunita' e alla valorizzazione e armonizzazione delle differenze, attraverso la lettura ed il commento nel gruppo classe di documenti sul tema, utili per attivare negli allievi un pensiero critico. I documenti verranno integrati e contestualizzati rispetto ai contenuti professionalizzanti del percorso formativo ed alla tipologia di destinatari.

Nome: INTEGRAZIONE SVILUPPO SOSTENIBILE PFA REGIONALE 2017

Descrizione: Verranno trattate le tematiche ambientali (disponibilita' delle risorse, indicatori di sostenibilita') e le relazioni tra aspetti ambientali, economici e sociali con esempi riferiti alle buone pratiche quotidiane, attraverso la lettura ed il commento nel gruppo classe di documenti sul tema utili per attivare negli allievi un pensiero critico. I documenti verranno integrati e contestualizzati rispetto ai contenuti professionalizzanti del percorso formativo ed alla tipologia di destinatari.

Nome: METODI ATTIVI PFA REGIONALE 2017

Descrizione: Questa modalita' prevede l'impostazione dell'attivita' didattica in "modo laboratoriale" con il coinvolgimento attivo degli allievi, che consente di promuovere situazioni relazionali in cui tutti possono interagire con tutti. Si prevedono, a seconda delle specifiche U.F., momenti di discussione, di lavoro di gruppo e di simulazione necessari per meglio implementare i contenuti appresi in situazioni organizzative specifiche di lavoro: 1) metodi di simulazione - simulazione didattica (simulazioni addestrative, simulazioni su casi) - role playing (a seconda delle varie tecniche: la tecnica del singolo, la tecnica dell'alter ego, la tecnica dell'inversione dei ruoli, la tecnica della rotazione dei ruoli, la tecnica del role playing multiplo) 2) metodi di discussione - brainstorming - analisi dei casi (breve presentazione di uno o piu' casi seguita da discussione con i partecipanti) - dibattito coordinato dal formatore 3) metodi di problem solving 4) workshop in gruppi di lavoro (sessione di lavoro di un gruppo ristretto con funzioni specifiche da svolgere e un compito da sviluppare in un tempo determinato, per presentarne successivamente le conclusioni in sessione plenaria).

Unità formativa

Nome: Accoglienza**Durata:** 1**Descrizione:** Nella presente UF si procederà all'accoglienza dei partecipanti, a costituire il gruppo classe oltre all'espletamento delle attività di avvio corso, e l'illustrazione delle modalità gestionali (orari, assenze etc.) ed alla illustrazione del piano di sicurezza della sede formativa.**Competenze****Processo di Lavoro**

Nome: Sviluppare il proprio progetto formativo, di vita personale e professionale, in rapporto alle proprie risorse ed orizzonti valoriali e ai vincoli ed opportunità del contesto

Abilità: Individuare punti di forza, limiti personali, risorse e vincoli emergenti dal contesto di riferimento
Individuare il proprio sistema di valori tra le molteplici proposte ambientali
Definire strategie di valorizzazione di sé coerenti con i diversi contesti formali e informali
Ipotesizzare soluzioni diverse per il proprio progetto formativo e professionale e verificarne la fattibilità
Selezionare strategie idonee per la ricerca di opportunità formative ed occupazionali

Conoscenza Essenziale: Il contesto di riferimento del percorso formativo

Saperi: Obiettivi del percorso e del piano
Gli obiettivi trasversali UE
Adempimenti documentali
Piano di evacuazione della sede formativa

Strumenti**Modalità****Nome:** AULA DOCENZA FRONTALE PFA REGIONALE 2017**Nome:** DOCENZA FRONTALE PFA REGIONALE 2017**N. allievi per strumento:** 1**Nome:** KIT ACCOGLIENZA PFA REGIONALE 2017**N. allievi per strumento:** 1**Argomenti liberi**

Unità formativa

Nome: ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE**Durata:** 21**Descrizione:** La presente UF è destinata alla declinazione dei saperi in tema di marketing green contestualizzato al mercato internazionale.

La contestualizzazione di strumenti e modalità per la parità si realizza sottolineando come il modello di marketing verde sia funzionale anche alle gestioni di dinamiche di genere.

Si declinano i saperi inerenti agli aspetti generali e specifici di sostenibilità e si utilizzano i relativi strumenti e modalità nel definire l'azione orientata alla valorizzazione dei prodotti e servizi ecosostenibili.

Competenze**Processo di Lavoro**

Nome: Individuare e applicare strategie di marketing

Abilità: Interpretare gli esiti dell'analisi di mercato
Determinare il target dell'azione di marketing
Individuare le politiche di marketing mix
Predisporre piani di marketing operativo
Interfacciarsi con le funzioni aziendali coinvolte

Conoscenza Essenziale: Tecniche di marketing

Saperi: GREEN MARKETING ED IL SUO BACKGROUND
Le 5 I del green marketing:
Intuitivo
Integrante
Innovativo
Invitante
Informato
Strategie di prodotto e di packaging
Strategie di processo
Profilo etico delle aziende

Decisioni basate sull'impatto sociale
 Comunicare green: evitare il greenwashing
 La matrice del Green Marketing
 Verde. Stabilire nuovi standard per i prodotti, servizi, marchi e aziende responsabili
 Più verde. Condividere la responsabilità con i clienti.
 Verdissimo. Sostenere l'innovazione: nuove abitudini, nuovi servizi, nuovi business model.
 I marchi ecologici volano di Green Marketing
 Cenni di SGA

Strumenti	Modalità
Nome: AULA DOCENZA FRONTALE PFA REGIONALE 2017 N. allievi per strumento: 1	Nome: DOCENZA FRONTALE PFA REGIONALE 2017 Nome: ESERCITAZIONI PRATICHE PFA REGIONALE 2017
Nome: KIT DIDATTICO PFA REGIONALE 2017 N. allievi per strumento: 1	Nome: INTEGRAZIONE PARI OPPORTUNITA' PFA REGIONALE 2017
Nome: KIT PARI OPPORTUNITA' PFA REGIONALE 2017 N. allievi per strumento: 1	Nome: INTEGRAZIONE SVILUPPO SOSTENIBILE PFA REGIONALE 2017
Nome: KIT SVILUPPO SOSTENIBILE PFA REGIONALE 2017 N. allievi per strumento: 1	Nome: METODI ATTIVI PFA REGIONALE 2017

Argomenti liberi

Nome: Aspetti generali di sostenibilità
Saperi: Sviluppo sostenibile nell'ottica dell'accordo COP 23 di Bonn 2017
 Strategie sostenibili per le aziende.
Nome: Aspetti specifici di sostenibilità
Saperi: Il mercato sostenibile
 Il Marketing mix per la sostenibilità
 Gli stakeholders dei mercati green
 Social marketing: Publics, Partnership, Policy, Pure Strings

Parte 3.3 Altre componenti (profili, obiettivi, competenze / attività, argomenti)**P ORIENTAMENTO****Tipo:**

- Sviluppare il proprio progetto formativo, di vita personale e professionale, in rapporto alle proprie risorse ed orizzonti valoriali e ai vincoli ed opportunità del contesto

⌋ Accoglienza

- Individuare punti di forza, limiti personali, risorse e vincoli emergenti dal contesto di riferimento
- Individuare il proprio sistema di valori tra le molteplici proposte ambientali
- Definire strategie di valorizzazione di sé coerenti con i diversi contesti formali e informali
- Ipotizzare soluzioni diverse per il proprio progetto formativo e professionale e verificarne la fattibilità
- Selezionare strategie idonee per la ricerca di opportunità formative ed occupazionali
- ! Il contesto di riferimento del percorso formativo

! Aspetti generali di sostenibilità**! Aspetti specifici di sostenibilità****⌋ ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE**

Parte 3.4 Componenti non utilizzati**P** ORIENTAMENTO

- Sviluppare il proprio progetto formativo, di vita personale e professionale, in rapporto alle proprie risorse ed orizzonti valoriali e ai vincoli ed opportunita' del contesto
 - ! Le caratteristiche personali
 - ! Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale
 - ! Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale

P Tecnico specializzato in marketing

- Individuare e applicare strategie di marketing
 - ! Elementi di budget
 - ! Tecniche di pianificazione operativa
 - ! Tecniche di comunicazione

Deroga utilizzo:

Si deroga all'utilizzo delle conoscenze essenziali

Elementi di budget

Tecniche di pianificazione operativa

Tecniche di comunicazione relative al Profilo professionale Standard della Regione Piemonte Tecnico specializzato in marketing poiche' non attinenti al presente percorso PFA.

in quanto non funzionali ad un percorso introduttivo dedicato al green marketing

Si deroga all'utilizzo delle conoscenze essenziali

Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale

Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale

Le caratteristiche personali

ed alle abilita' minime

Individuare il proprio sistema di valori tra le molteplici proposte ambientali

Definire strategie di valorizzazione di se' coerenti con i diversi contesti formali e informali

Ipotizzare soluzioni diverse per il proprio progetto formativo e professionale e verificarne la fattibilita'

Selezionare strategie idonee per la ricerca di opportunita' formative ed occupazionali

dell'obiettivo standard Orientamento della Regione Piemonte

in quanto non congruenti alla durata dell'accoglienza e non coerenti con gli obiettivi del percorso (Cfr. Bando di riferimento).

Parte 3.5 Verifica finale**Verifica finale**

Durata: 2

Deroga prova finale: S

Introduzione: La presente prova e' volta ad accertare l'acquisizione delle conoscenze relative alla all'applicazione dei criteri di pianificazione di mercato ai mercati internazionali con un taglio green. La competenza obiettivo di cui si vuole verificare l'acquisizione parziale e' Attuare i principi dell'ecogestione e dello sviluppo sostenibile afferente al Profilo professionale standard della Regione Piemonte Tecnico specializzato in marketing - 2013 - S (Parziale), limitatamente alla conoscenza essenziale "Tipologia di filiere e metodologia di analisi del ciclo produttivo" .

Descrizione: Test composto da 20 domande a risposta multipla in tema di marketing green per il mercato internazionale.

Punteggio massimo: 100/100

Valore di ogni risposta corretta: 5/100

soglia per il superamento del Test: 60/100

Tempo per l'erogazione della prova: 2 ore

Modulo "CONGRUENZA" percorsi Bando "Piani Formativi di Area"

● **Valutatore :** _____

Ente: B259 - CERSEO - CENTRO EUROPEO DI RICERCA E SVILUPPO PER L'EST E PER L'OVEST

Identificativo piano: B259 / 1 - CERSEO - CENTRO EUROPEO DI RICERCA E SVILUPPO PER L'EST E PER L'OVEST

Denominazione Corso: ELEMENTI DI MARKETING GREEN PER IL MERCATO INTERNAZIONALE

Codice Corso: 7/8

Area: SERVIZI COMMERCIALI

Sottoarea: AREA COMUNE (INCLUSIVA DEI SERVIZI ALLE IMPRESE)

BARRARE SE NON AMMISSIBILE (da indicare al termine dell'analisi)

B2.1 CONGRUENZA TRA PROFILO PROFESSIONALE PROPOSTO E CONTENUTI DEL CORSO

B2.1.1- Congruenza tra livello d'ingresso, profilo professionale, denominazione e durata:

- scheda iter formativo parti 1,2,3 (coerenza/completezza dell'articolazione del profilo), "Standard di progettazione" all. A sez. 3 e 4.

Non coerente	Scarsamente coerente	Sufficientemente coerente	Adeguatamente coerente	Pienamente coerente
Corso respinto	18	36	48	60

Note: _____

B2.1.2 - Congruenza tra profilo professionale e verifica finale:

- scheda iter formativo: confronto part 2 (in particolare focus) con parte 3.5 (verifica finale) - "Standard di progettazione dei percorsi" sezione 4.3

Non coerente o mancante	Scarsamente coerente	Sufficientemente coerente	Adeguatamente coerente	Pienamente coerente
0	9	18	24	30

Note: _____

B2.1.3 - Congruenza tra il dettaglio del Percorso con il Profilo professionale di riferimento e le altre componenti utilizzate:

- scheda iter formativo: confronto parti 2, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 - "Standard di progettazione dei percorsi" sezione 4

Non coerente o documentazione insufficiente	Scarsamente coerente	Sufficientemente coerente	Adeguatamente coerente	Pienamente coerente
Corso respinto	30	60	80	100

Note: _____

B2.2 CONGRUENZA TRA PROFILO PROFESSIONALE PROPOSTO E STRUMENTI DEL CORSO**B2.2.1 - Congruenza tra Profilo professionale, Percorso, Tipologia di utenti con gli strumenti utilizzati nel percorso formativo:**

- scheda iter formativo: confronto tra parti 1,2,3.2 - "Standard di progettazione dei percorsi" sezioni 5, 8.1.2, 8.2.2

Non coerente o mancante	Scarsamente coerente	Sufficientemente coerente	Adeguatamente coerente	Pienamente coerente
Corso respinto	18	36	48	60

Note: _____

B2.3 CONGRUENZA TRA PROFILO PROFESSIONALE PROPOSTO E MODALITA' DEL CORSO**B2.3.1 - Congruenza tra il profilo professionale, gli indicatori inerenti le tematiche dei principi FSE**

- scheda iter formativo: confronto tra parti 3.2 con parte 1 - "Standard di progettazione dei percorsi" sezioni 5, 8.1.2, 8.2.2

Non coerente o mancante	Scarsamente Coerente	Sufficientemente Coerente	Adeguatamente Coerente	Pienamente Coerente
Corso respinto	15	30	40	50

Note: _____

MOTIVAZIONE NON AMMISSIBILITA' CORSO:

VALUTATORE: _____ FIRMA: _____

VALUTATORE: _____ FIRMA: _____